

## **Cabelo Crespo e Mídias Digitais: A Influência na Construção Identitária e o Papel das Relações Públicas<sup>1</sup>**

Julia Barbosa Dos Santos<sup>2</sup>

Renata Calonego<sup>3</sup>

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

### **RESUMO**

Esta pesquisa investiga o impacto das mídias digitais na construção identitária de pessoas com cabelo crespo, focando na geração Z. O estudo busca compreender como as Relações Públicas podem atuar estrategicamente para reverter a desvalorização de culturas que não se encaixam aos padrões eurocêntricos. A metodologia qualitativa inclui entrevistas semiestruturadas com jovens e profissionais de comunicação, a fim de identificar as influências das redes sociais sobre a identidade racial e o papel das RP na promoção de uma representação mais inclusiva e realista do cabelo crespo.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Palavras Chaves: Cabelo; Crespo; Mídias; Digitais; Influência.

### **CORPO DO TEXTO**

#### **1 INTRODUÇÃO**

Este trabalho integra uma iniciação científica ainda em desenvolvimento, e, por isso, os dados ainda estão sendo coletados.

#### **1.1 TEMA E DELIMITAÇÃO**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FECAP, email: <mailto:jujubarb899@gmail.com>

<sup>3</sup> Professora do Curso de Relações Públicas da FECAP, email: [renata.calonego@unesp.br](mailto:renata.calonego@unesp.br)

A escolha deste tema surge de uma experiência pessoal, onde deixar meu cabelo crespo crescer me aproximou da minha negritude e reforçou a percepção do cabelo crespo como um símbolo essencial na construção e conexão da identidade negra, uma forma silenciosa de resistência, e ao vivenciar a internet, percebemos que é uma pauta perdendo espaço para um onda de reforços a estereótipos de padrão eurocêntrico.

Busca – se analisar o papel estratégico das Relações Públicas na gestão da influência digital, com foco na valorização do cabelo crespo como um elemento de construção identitária. A pesquisa visa compreender como esse símbolo cultural de resistência é impactado pelas dinâmicas das mídias sociais e destacar a importância de uma abordagem crítica e estratégica das Relações Públicas para enfrentar essas influências. Além disso, explora como as Relações Públicas podem contribuir para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, especialmente o ODS 10.3, que visa empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, e o ODS 5.2, que busca erradicar todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas.

## 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Qual o papel da área de relações públicas na gestão da influência de mídias digitais frente ao cabelo natural crespo como parte da construção identitária da geração Z?

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL

a.) ANALISAR O papel das mídias digitais na construção identitária de pessoas com cabelo crespo, considerando a atuação das Relações Públicas diante da desvalorização de culturas que fogem aos padrões estéticos dominantes.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O que justifica esta pesquisa é a identificação de um fenômeno social recente, característico das relações sociais contemporâneas marcadas pela influência das mídias digitais e pela promoção de padrões estéticos eurocêntricos.

O Brasil, ao longo de sua história, tem enfrentado questões profundas relacionadas à identidade racial e aos padrões estéticos que refletem uma herança colonial. Com a ascensão das mídias digitais e a força que essas plataformas exercem, cultura e estéticas eurocêntricas são reforçadas.

O cabelo crespo, em particular, se tornou um dos maiores símbolos da resistência negra, um marcador identitário que desafia estéticas impostas e promove uma reafirmação do “ser negro”. No entanto, em um ambiente digital, onde as redes sociais ditam normas de comportamento e aparência, observa-se que muitos jovens negros, ao invés de estarem questionando o que tem sido colocado para eles, e dando continuidade a uma luta que perpetua por anos, como os movimentos “Black Power” e “Black is Beautiful” (ressignificação do cabelo crespo), optam por não se opor.

Neste contexto, as Relações Públicas desempenham um papel crucial na mediação dessas influências e na construção de narrativas que valorizem a diversidade. A pesquisa busca, portanto, analisar o papel da área de Relações Públicas na gestão da influência digital frente ao cabelo natural crespo, como parte essencial da construção identitária negra.

No âmbito global, a pesquisa também se alinha aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, em especial o ODS 10.2, que busca empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente de sua raça, etnia ou origem e o ODS 5.1, que visa acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em toda parte .

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

A identidade negra é profundamente marcada por narrativas culturais e históricas, e o cabelo crespo ocupa um papel central nesse processo. Stuart Hall (2011) explica que as identidades são construídas dentro de discursos dominantes, enquanto Bell Hooks (2019) aponta como o racismo molda padrões de beleza, tornando a valorização da estética negra um ato de resistência. No Brasil, Raul Lody (1999) reforça que o cabelo crespo é um símbolo étnico carregado de significados históricos e sociais.

No ambiente digital, o racismo algorítmico reforça alguns estereótipos, e Safiya Noble (2018) demonstra como mecanismos de busca priorizam imagens que reforçam padrões

eurocêntricos, enquanto Tarcízio Silva (2021) aponta que os algoritmos das redes sociais privilegiam certos padrões estéticos em relação a outros. Nesse contexto, as Relações Públicas têm um papel estratégico: ao mediar narrativas entre marcas e públicos, podem questionar essas dinâmicas e reposicionar discursos excludentes.

## METODOLOGIA

Para conseguir responder ao problema de pesquisa e alcançar os objetivos propostos, será adotado uma abordagem qualitativa e quantitativa, juntando técnicas de análise de conteúdo e dados numéricos, entrevistas semiestruturadas e grupos focais.

### 3.1 Tipo de Pesquisa

A pesquisa será exploratória e descritiva. Exploramos a relação entre as mídias digitais e a construção identitária de jovens da Geração Z com cabelo crespo, ao mesmo tempo em que identificamos como o campo das Relações Públicas pode atuar na mediação dessas influências. O estudo adota uma abordagem qualitativa, para obtermos percepções e narrativas, e quantitativa, para fortalecer com dados objetivos.

### 3.2 Técnicas de Coleta de Dados

A coleta de dados será conduzida em três frentes:

Entrevistas semiestruturadas com profissionais de comunicação e relações públicas que atuam diretamente na gestão de mídias digitais. Serão entrevistados cinco profissionais que trabalham ativamente na área, buscando compreender como percebem a influência algorítmica sobre padrões estéticos e quais estratégias podem ser adotadas para fortalecer narrativas mais diversas e inclusivas.

Grupos focais com jovens da Geração Z que possuem cabelo crespo. Cada grupo será composto por cinco participantes negros, permitindo um debate aprofundado sobre construção identitária, representatividade e influência das mídias digitais. O objetivo é captar percepções subjetivas e experiências vividas que possam ilustrar tendências de valorização e desvalorização da estética negra ao longo do tempo.

Análise de conteúdo e quantitativa de postagens em mídias digitais, considerando algoritmos de recomendação e a visibilidade de conteúdos produzidos por influenciadores negros. Serão analisadas publicações de influenciadores negros e brancos, verificando o alcance, engajamento e padrões de recomendação. Essa técnica será baseada na proposta de Bardin (2011), que sugere a categorização das informações para identificar padrões e recorrências, e complementada por uma análise quantitativa dos dados, permitindo um cruzamento entre tendências culturais e impacto algorítmico.

### 3.3 Técnica de Análise de Dados

Os dados coletados serão analisados por meio das seguintes técnicas:

Análise de Discurso (Fairclough, 1992), para compreender como os profissionais de comunicação constroem narrativas sobre racismo algorítmico e padrões estéticos nas mídias digitais.

Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), aplicada às entrevistas e grupos focais para identificar categorias recorrentes e padrões na percepção dos participantes, além de cruzar esses achados com tendências observadas na análise quantitativa.

Análise Estatística Descritiva, aplicada aos dados quantitativos extraídos das redes sociais para comparar o alcance e engajamento de influenciadores negros e brancos, reforçando empiricamente a influência dos algoritmos na visibilidade de conteúdo.

### 3.4 Justificativa da Escolha Metodológica

A escolha dessa abordagem metodológica se alinha ao objetivo da pesquisa de compreender o impacto das mídias digitais na construção identitária e na representação de pessoas com cabelo crespo. A triangulação de métodos – entrevistas, grupos focais, análise de conteúdo e análise quantitativa – permite uma visão mais abrangente do fenômeno, garantindo que a pesquisa tenha um embasamento sólido tanto em percepções qualitativas quanto em dados numéricos concretos.

## REFERÊNCIAS

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HOOKS, Bell. **Olhares negros: raça e representação**. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

LODY, Raul. **O cabelo crespo é um símbolo étnico**. In: LODY, Raul (org.). *O negro e o cabelo*. Salvador: Museu Afro-Brasileiro, 1999.

NOBLE, Safiya Umoja. ***Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism***. New York: New York University Press, 2018.

SILVA, Tarcízio. **Racismo Algorítmico: Inteligência Artificial e Discriminação nas Redes Digitais**. São Paulo: LiteraRUA, 2021.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. São Paulo: Hucitec, 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: A Pesquisa Qualitativa em Educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 70. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

CAMPBELL, K. L. e TOLBERT, C. M. **“The Effect of Social Media Algorithms on Digital Identity: A Critical Review”**. *Journal of Social Media Studies*, 2020.